

Links. Rechts. Halt. Zurück.

*Im Netz gibt es alles für jeden - immer und überall. Und vor allem gibt es
Transparenz, Grenzenlosigkeit und Freiheit. So denkt man sich das. Bis uns die
Maschine unsere Grenzen aufzeigt*

Von Miriam Meckel, Süddeutsche Zeitung, 03.11.2012

Sie steht immer offen, die Pforte der Suchmaschine Google. Sie führt uns vermeintlich direkt ins Reich der grenzenlosen Information. Vermeintlich. Tatsächlich gibt es viele Grenzen und Schranken und auch viel Unauffindbares, wenn wir Google ins Netz gehen. Von alledem sehen und wissen wir fast nichts.

Der Google-Weg ins Netz ist ein Gang durch unsichtbare Schlagbäume, die man nur sehr kenntnis- und trickreich überwinden kann, so wie es der Autor Roberto Bolaño in einer Geschichte aus dem "Geheimnis des Bösen" erzählt. Da hat der Junge Laurato eine Methode entwickelt, mit der er sich automatischen Türen nähert, ohne dass sie sich öffnen. "Wenn Gott allgegenwärtig wäre, sollten automatische Türen immer offen sein." Laurato will den Beweis liefern, dass er die Automatik und so auch den allgegenwärtigen, allwissenden Gott überlisten kann. Und das gelingt. Er nähert sich in Zeitlupenbewegungen einer automatischen Tür, und irgendwann steht er vor dem Glas, außerhalb der Reichweite der Sensoren, die ihn doch längst hätten erfassen sollen, und legt seine Hände an die Scheiben, um zu spüren, dass da etwas ist. Ein Widerstand. Der Beweis, dass offene Türen nicht gottgegeben sind.

Tatsächlich sind auch an der Google-Pforte eine Menge Sensoren angebracht, die im Moment des Übertritts unsere Profile prüfen, sie anhand des erneuten Eintritts erweitern und anpassen, die uns im Netz verfolgen, um uns schließlich die Informationen zu liefern, die zu uns passen. Wir werden also für uns selbst unsichtbar, ungefragt und ohne unser Entscheiden zu einem Informationsreservoir geführt, das die Google-Algorithmen für uns ausgewählt haben. Vielleicht würden wir anders entscheiden, wenn wir könnten. Wir können aber nicht.

Die neue Freiheitsgrenze im Netz heißt "Default". Sie bezeichnet die Standardeinstellung unseres Eintritts ins Internet. Da gibt es den Suchstandard, der sich in einem Marktanteil von knapp 96 Prozent für Google in Deutschland zeigt. Da gibt es Vernetzungsstandards, die im weltweiten Siegeszug von Facebook und dem Verschwinden alternativer Plattformen, wie Myspace oder StudiVZ, liegen. Wir lassen uns faszinieren von einem proprietären Standard, den Apple uns aufgibt und der es beispielsweise nicht einmal erlaubt, ein iPad und ein anderes Smartphone per Bluetooth zu koppeln. Was nicht dem Standard entspricht, wird schlicht "nicht unterstützt". Es gibt einen Zustimmungsstandard, der sich im Symbol eines hochgereckten Daumens manifestiert: "like". Und es gibt den Personalisierungsstandard: Ich bin meine eigene Grenze bei der Entdeckung von Neuem.

Manche Erfahrung kommt da der virtuellen Freiheitsberaubung gleich, und sei es nur beim Einkaufen im Netz. Das merkt nur der Käufer, der beispielsweise Musik oder TV-Serien bei iTunes kaufen möchte, die es im deutschen System nicht gibt. Hat der Käufer einmal den Store gewechselt, behandelt iTunes ihn so, als würde er in einem Laden eingeschlossen, so lange, bis er alles Geld in seinem Portemonnaie dort ausgegeben hat. Und, wehe, zwischen den Euros steckt noch eine Dollarnote! iTunes lässt uns so lange nicht raus, bis wir ein Produkt gefunden haben, das diesen Dollar wert ist, mit dem wir uns freikaufen können.

Zwei Nächte hat es gedauert, bis ich mich während einer Konferenz in San Diego erfolgreich beim US-iTunes-Store angemeldet hatte, um eine Staffel der Serie "Covert Affairs" herunterzuladen, die es auf Deutsch noch nicht gab. Sie haben keinen permanenten Wohnsitz in den USA? Ihre amerikanische Kreditkarte hat eine Schweizer Basisadresse? Dann fliegen Sie schneller zum Mond als in den US-Store zu kommen. Es geht schließlich, wenn man einen iTunes-Gutschein einlöst und einfach eine x-beliebige Hoteladresse angibt. Aber dann versuchen Sie mal, wieder zurück nach Deutschland zu wechseln, wenn der Gutschein nicht ganz ausgegeben ist. Ein Produkt für 53 Cent müsste her, das gibt es aber im ganzen Store nicht. Ist das lebenswichtig? Sicher nicht. Aber es zeigt: In einer globalisierten, vernetzten Welt

versprechen uns die Internetkonzerne, wir seien freie Bürger, die überall Zugriff haben. Und faktisch scheitern wir schon an einem simplen Kaufakt.

Durchaus wesentlichere Eingriffe in die Freiheit des Einzelnen sind Änderungen für den Schutz unserer Privatsphäre, wie Facebook sie verschiedentlich vorgenommen hat, ohne uns vorher zu fragen. Die Nutzerinnen und Nutzer müssen dann erst mühsam die Einstellungen wieder rückgängig machen, nachdem sie von anderen darüber informiert wurden. Ein Beispiel: Wer sich irgendwo im öffentlichen Leben einmal identifiziert hat, muss nicht davon ausgehen, dass diese Information dann national flächendeckend übertragen wird. Wir haben die Chance, an einer Stelle anonym zu bleiben, während wir an anderer Stelle identifiziert sind. Auf Facebook war dies im Sommer 2010 plötzlich anders. Mit der "Gesichtserkennung" (facial recognition) hat das soziale Netzwerk eingeführt, dass nach einmaliger Identifizierung eines Netzwerkteilnehmers ein "Identifizierungsvorschlag" auf alle anderen Fotoinformationen im gesamten Netzwerk angewandt wurde. Zur Erinnerung: Wir reden hier inzwischen von einer Milliarde Mitgliedern. Einmal erkannt, immer erkannt. Das Ganze geschah ohne Vorwarnung und als neue "Standardeinstellung".

Nutzer, die das nicht wollten, mussten sich in einem mühsamen Prozess aus dem "Service" abmelden. Inzwischen hat Facebook die "Gesichtserkennung" auf Druck des irischen Datenschützers Billy Hawkes in der EU ausgesetzt. Der Kampf um das Recht auf Privatheit ist zäh im Netz. Er handelt nicht nur von mühsamen Klicks, sondern von Privatsphäre als Voraussetzung von Freiheit in unserem Leben.

In diesem Sommer änderte Facebook plötzlich, wieder ohne vorherige Anfrage, die E-Mail-Adressen von etwa 900 Millionen Nutzerinnen und Nutzern in eine Facebook-Mailadresse. Wer von da an weiter mit seiner ursprünglichen E-Mail-Adresse und nicht als "@facebook.com" im globalen Netzwerkverteiler auftauchen wollte, war gezwungen, die Einstellung per Hand wieder zurückzusetzen. Was würden wir tun, wenn die Post unsere Briefe plötzlich an eine Sammelstelle schickte, ohne uns zu fragen. Der Aufschrei wäre vermutlich gewaltig. Im Netz nehmen wir das alles hin. Vielleicht weil es noch immer weniger wichtig erscheint als das, was im realen Leben

geschieht. Vielleicht auch, weil es einfach zu viel Mühe macht, alles ständig zu kontrollieren und auf dem Laufenden zu bleiben.

Das gehört auch zur Freiheit dazu: Sie ist eine fortwährende Zumutung. Sie verlangt aktives Mitdenken und Verhalten, und sie macht Mühe. Freiheit kommt nicht von nichts. Sie kommt davon, dass Menschen für sie streiten und kämpfen, auch im Netz. Dort klicken wir bei jeder Veränderung der allgemeinen Geschäftsbedingungen von Apple mal eben auf "akzeptiert", denn niemand hat Lust, zig Seiten zu lesen, um einen Song runterzuladen. Und die Privacy Regeln von Facebook liest auch fast niemand im Detail, obwohl sie deutlich länger sind als die US-Verfassung und uns folglich wohl einiges zu sagen hätten.

Viele Netznutzer machen sich nicht die Mühe, tief in die "Settings" ihres digitalen Seins hineinzutauchen, um ihre eigenen Standards neu zu setzen. Zum Beispiel über die Privacy-Einstellungen bei Facebook oder über das Google Dashboard. Dann wissen wir nicht, wie wenig Freiheit uns das Netz manchmal lässt. Denn wesentliche Mechanismen und Einflussgrößen unserer digitalen Existenz bleiben uns verborgen.

Verborgen ist das Gegenteil von transparent. Transparenz ist meist etwas Gutes, denn sie macht Dinge beobachtbar und uns sehend. Und das sind Voraussetzungen für freies Entscheiden und Handeln. Der Google-Suchalgorithmus ist besser geschützt als das Rezept für Coca Cola, beeinflusst aber viel substanzieller unsere Entscheidungs- und Handlungsfreiheit. Und Google denkt nicht daran, die Entscheidung über die Art des Suchens im Netz für uns transparent zu machen. Das ginge leicht, indem wir auf der Startseite zwischen zwei Eingangspforten wählen könnten: hier die personalisierte, dort die generelle Suche. Die Freiheit der Wahl läge dann beim Nutzer. Den muss man nicht vor sich selbst schützen. Aber man muss ihm die Informationen geben und die Möglichkeit, eine Entscheidung zu treffen. Tut man das nicht, wird das Netz zu einem unfreien Raum, und Transparenz wird zum Vehikel der Unfreiheit. "Die totale Transparenz macht uns selbst zur Maschine", sagt der Philosoph Byung Chul Han. Zu einer Konsummaschine, ließe sich präzisieren. Wir mögen als Menschen in die Welt

geworfen sein, aber wir sollten nicht nackt ins Netz geworfen sein. Das Internet ist eine wichtige Lebensform. Wir sollten sie zugunsten unserer Freiheit gestalten.

Wenn die Alternativen des Lebens im Netz für uns unsichtbar sind, wenn wir nicht wissen, welche die Funktionsweisen und Mechanismen sind, die uns im Internet steuern oder zumindest beeinflussen, dann können wir keine Entscheidung darüber treffen, wo und wie wir dabei sein wollen. Dann entfällt eine wichtige Information als ein "Unterschied, der einen Unterschied macht", wie es der Soziologe Gregory Bateson einst formulierte. Dieser Unterschied ist aber im Sinne der Aufklärung eine Grundvoraussetzung menschlicher Freiheit. Wir müssen von unserer Vernunft Gebrauch machen können. Dazu sollten wir uns auf einen weiteren Unterschied besinnen - den zwischen negativer und positiver Freiheit, der die Freiheitsgedanken der Philosophiegeschichte durchzieht, von Immanuel Kant bis zu Isaiah Berlin.

Bislang sprechen wir beim Internet meist über die negative Freiheit als Abwehrrecht gegenüber Eingriffen des Staates in unsere Netzautonomie. "Zensur" lässt grüßen. Das grundgesetzlich gesicherte Recht auf freien Zugang zu Informationen und freie Meinungsäußerung kann aber auch als positive Freiheit verstanden werden. Dann bedeutet es, dass wir das Recht haben, uns aktiv offen und frei zu informieren. Dass wir nicht darüber im Unklaren gelassen werden, welche Mechanismen dem entgegenstehen. Dass wir wissen können, wo es Grenzen gibt, damit wir uns zu ihnen verhalten können. Ein erster Ansatz ist die nun von der EU-Kommission eingeführte Überlegung zu einer "opt in/opt out" Möglichkeit, bei der Nutzer entscheiden, was sie zulassen wollen. Sie auf die Freiheit des Verzichts auf unerwünschte Werbung zu beschränken, steht für eine sehr kleine Freiheit, die uns im großen Netz gewährt werden soll.

Der Soziologe Niklas Luhmann hat schon mit Blick auf die Mechanismen einer marktwirtschaftlichen Mediendemokratie darauf verwiesen, dass wir Freiheit auch "als Unerkennbarkeit der Ursache von Freiheitsbeschränkungen" verstehen könnten. So können wir auch die Freiheit im Internet interpretieren: Was ich nicht seh', tut mir vermeintlich nicht weh.

Vielleicht wollen wir es ja nicht anders. Vielleicht wollen wir alle sein wie Miranda, die Protagonistin aus Ingeborg Bachmanns Erzählung "Ihr glücklichen Augen". Miranda ist sehr kurzsichtig und sehr astigmatisch, im direkten und im indirekten Sinne. Sie trägt keine Brille, um die Welt nicht in allen ihren Schattierungen sehen zu müssen. Am Ende prallt sie auf eiligem Wege zusammen mit einer Glastür, denn offene Türen sind nie gottgegeben. Sie schleudert hin in einem Hagel aus Glasscherben, "immer das Gute im Auge behalten", während ihr das Blut aus Mund und Nase schießt. So lässt sie sich gestalten, die Konfrontation mit der unsichtbaren Welt. Wenn wir das nicht wollen, sollten wir beginnen, es Laurato gleichzutun. Wir sollten uns anschleichen, um irgendwann die Hand auf das Glas legen zu können, das uns trennt. Von was auch immer.